
For alle leger, hele livet

AKTUELT I FORENINGEN

KNUT E. BRAATEN

knut.braaten@legeforeningen.no
Samfunnspolitisk avdeling

Gjennom mer identitetsskapende kommunikasjon skal Legeforeningen i større grad synliggjøre fordelene ved å være medlem.



FRA VUGGE TIL GRAV: Som komplett profesjonsforening favner Legeforeningen alle leger, i alle livsfaser, enten du er student, yrkesaktiv eller pensjonist. Foto: Thomas B. Eckhoff/Legeforeningen.

Hva vil det si å være lege? Hva binder norske leger sammen? Kan vi snakke om en felles legeidentitet? Dette er store og viktige spørsmål som synes å gå i sykluser. Spørsmålene kretser også rundt kjernen av berettigelsen til Legeforeningen. Det er nesten 30 000 yrkesaktive leger i Norge i dag. Vi har den høyeste legedekningen i Norden og den nest høyeste av OECD-landene. Legeforeningen har nå passert 37 500 medlemmer, hvorav 4000 tillitsvalgte og 4700 studenter, og organiserer rundt

95 prosent av de yrkesaktive legene. Dette er helt unikt i en situasjon hvor organisasjonsgraden ellers i samfunnet er langt lavere – og fallende, både nasjonalt og internasjonalt.

Det var nettopp troen på at vi oppnår mer sammen enn alene som lå til grunn for opprettelsen av Den norske lægeforening i 1886. Altså, at det er en fordel for både legene selv, helsetjenesten og den medisinske utviklingen at legene organiserer seg og danner faglige fellesskap under én paraply. At rekkene sluttet i én forening av og for leger. Dersom leger i Norge ikke hadde hatt noe til felles, vil det heller ikke vært behov for noen legeforening. Men historien bekrefter det motsatte. Norske leger har noe til felles – og dette faglige og sosiale fellesskapet har vist seg fruktbart og sterkt, særlig under kriser og i usikre tider. Joda, interessene og behovene er mange, oppgavene som utføres likeså, men det som binder medlemmene sammen er at de er leger. Det er mer som forener enn skiller.

En stolt historie om felles identitet

Å være medlem i Legeforeningen ser nemlig ut til å være en viktig faktor for en felles legeidentitet i Norge. Og identiteten blant leger er fortsatt sterk sammenlignet med andre yrker og profesjoner. Men medlemsorganisasjoner må aldri ta sin egen suksess for gitt. Godt kan alltid bli bedre, og Legeforeningen skal hele tiden strekke seg for å være relevant for medlemmene. Måten vi kommuniserer på skal også bidra til det.

Prosjektet «Hvorfor være medlem?» ble startet vinteren 2020, rett før koronaviruset nådde Norge. Målet er en tydeligere profil for å beholde og rekruttere medlemmer. Virkemiddelet er at Legeforeningen i større grad skal synliggjøre medlemsfordelene gjennom såkalt identitetsskapende kommunikasjon, først og fremst på nettsider og i sosiale medier. Etter en del forsinkelser grunnet pandemien, ble hoveddelen av prosjektet endelig ferdigstilt rett før jul etter vedtak i sentralstyret. Ingen eksterne miljøer eller konsulenter er blitt brukt i prosessen. Arbeidet har vært organisert i sekretariatet med fortløpende forankring i sentralstyret.

Hva er fortellingen til Legeforeningen? Svaret er å finne i foreningens stolte og lange historie. En historie preget av felles identitet, verdigrunnlag og samfunnsansvar. Når samfunnet blir stadig mer komplekst, dynamisk og uoversiktlig – og endringspresset stadig større – øker samtidig menneskets behov for mening, stabilitet, sikkerhet og tilhørighet. Når usikkerheten blir større, blir tilliten viktigere – ikke minst gjelder det legeyrket. Under slike omstendigheter kan narrative fortellerteknikker være effektive verktøy. Verktøy som menneskene har benyttet siden tidenes morgen for å forstå og dele kunnskap. Fortellinger skaper mening, samhold og felles identitet – og de gir umiddelbar emosjonell respons. Og det som vekker følelser i oss, fester seg sterkere.

Det fortellende menneske, homo narrans, betraktes sågar som utgangspunktet for all kommunikasjon og sosial organisering. Organisasjoner kan oppfattes på samme vis. Det de forteller om seg selv uttrykker hva de er og/eller hva de ønsker å være, deres verdier og identitet. I vår søken etter å forstå oss selv og våre omgivelser, benytter vi hele tiden narrativer. Organisasjoner kan forstås på tilsvarende måte når de formidler offisielle selvskildringer.

Eneste komplette profesjonsforening

Legeforeningen samler leger på tvers av alle medisinske fag og yrkestilhørighet i hele landet. Foreningen har en enestående posisjon i norsk samfunnsliv og globalt fordi den rommer hele den medisinske profesjon under sitt tak. En profesjon er en gruppe yrkesutøvere som har enerett til å utføre bestemte yrker fordi de har tatt en spesiell utdanning. Profesjonens interesser må ivaretas av en medlemsorganisasjon som fungerer både som fagforening og som faglig forening. Legeforeningen er det nærmeste vi kommer en «komplett profesjonsforening» i Norge, ifølge Tom Colbjørnsen, professor og tidligere rektor ved BI.

Legeforeningens bredde er unik. En kjerneoppgave er å gi medlemmer og tillitsvalgte trygghet gjennom utvikling av avtaler, rådgivning og rettshjelp. Men som komplett profesjonsforening tilbyr Legeforeningen mer. Foreningen tar også vare på medlemmene i alle livets faser, står opp for faget og utvikler pasienttilbudet. Legeforeningen har et tydelig samfunnsoppdrag.

Alt dette legger grunnlaget for et sterkt narrativ. Men for at narrativet skal bli den fortellingen som lever, må vi selv sette ord på den. Vi må aktivt fortelle vår egen historie.

Hva er vårt USP?

Reklamemannen Rosser Reeves (1910–1984), en av inspirasjonskildene til TV-serien *Mad Men*, utviklet på 1940- og 50-tallet en banebrytende modell som han kalte unique selling proposition (USP). På norsk «unikt salgsargument». Reeves mente at reklame tjener kun én funksjon, nemlig salg. Det er verdien eller den unike fordel du får av et produkt eller en tjeneste som betyr noe – ikke kunstnerisk fiksfakseri eller humor. Markedsføring er altså et spørsmål om den kreative evnen til å identifisere det unike – og sette ord på det, først og fremst via slagord i kombinasjon med visuelle virkemidler.

Reeves lister opp tre kriterier for et USP:

1. Det må være et tilpasset argument, det vil si et argument som peker på den spesielle fordel du får.
2. Argumentet skal være unikt og fremheve den/de fordelene som konkurrenten ikke kan anvende eller hvert fall ikke anvender.
3. Argumentet skal være så sterkt at det overbeviser flertallet. Her kan undersøkelser og forskning være til hjelp.

Reeves mente at alle produkter og tjenester har et USP. Slagordet bør gå til kjernen av virksomheten og integreres som en rød tråd i strategien. Et USP kan i prinsippet være alt mellom himmel og jord, men du må leve opp til det, altså levere det du kommuniserer. Reeves satte seg som mål at han allerede i første møte med en ny kunde skulle klare å identifisere USP-et. Et av hans mest vellykkede er det berømte slagordet til sjokoladen M&M's: «Melt in your mouth, not in your hands».

Overført til Legeforeningen er det visse «unike salgsargumenter» som utmerker seg: Legeforeningen er Norges største medisinske fellesskap og favner alle spesialiteter. Som komplett profesjonsforening er Legeforeningen til for medlemmene hele livet, «fra vugge til grav». Som medlem har du et trippelt medlemskap, både ut fra spesialitet, yrkestilhørighet og geografisk tilhørighet.

Ved å kombinere USP-metodikken med narrative fortellerteknikker, munnet Legeforeningens nye profil ut i et sett av slagord og budskap: Et hovedslagord og to supplerende slagord. Det er også utarbeidet et litt lengre budskap som utdyper slagordene. I tillegg er medlemsfordelene systematisert og visualisert og innmeldingsfunksjonen på nettsiden forbedret. Nå som slagord og budskap er på plass, vil prosjektet i fortsettelsen konsentrere seg mer om å utvikle det visuelle uttrykket ytterligere.

Ny medlemsprofil for Den norske legeforening

«Hvorfor være medlem?»

For alle leger, hele livet

Siden 1886 har Legeforeningen kjempet for deg og faget du brenner for.

Supplerende slagord

Foreningen av og for leger

Fordelene ved å være mange er mange

Utdypende budskap

Legeforeningen er Norges største medisinske fellesskap. Over 37 500 medisinstudenter og leger er medlem hos oss. Vi organiserer 95 prosent av alle yrkesaktive leger i Norge. Som medlem har du et unikt, trippelt medlemskap. Du er medlem i en yrkesforening, en fagmedisinsk forening og en lokal forening. Legeforeningen er landets eneste komplette profesjonsforening. Vi tar vare på deg gjennom hele legelivet, enten du er student, yrkesaktiv eller pensjonist.

Siden 1886 har Legeforeningen kjempet for deg og faget du brenner for. Det gir en bedre helsetjeneste. Vi er foreningen for alle leger, hele livet. Bli medlem og dra nytte av en rekke fordeler. Fellesskapet gjør oss sterkere.

Publisert: 8. mars 2021. Tidsskr Nor Legeforen.

© Tidsskrift for Den norske legeforening 2026. Lastet ned fra tidsskriftet.no 21. juli 2026.